

Le CONCOMBRE en 2011

BILAN DE CAMPAGNE

Une campagne atypique perturbée par une crise sanitaire européenne sans précédent

La campagne 2011 se distingue par la mise en cause non justifiée du concombre espagnol dans la contamination de plusieurs personnes par la bactérie tueuse *E.coli entérohémorragique* (ECEH).

Avec 513 hectares, les surfaces sont en légère baisse (-1 % par rapport à 2010). Cette chute résulte de la diminution des cultures sous serres chauffées (-1 %). Elle n'est pas imputable au concombre sous serres froides dont la superficie augmente de +1 %. L'offre française atteint seulement 106 500 tonnes en 2011. La destruction des récoltes, liée à la crise ECEH, explique principalement la baisse de production de –10 % observée par rapport à 2010.

Faits marquants

■ Crises conjoncturelles dès le début de campagne

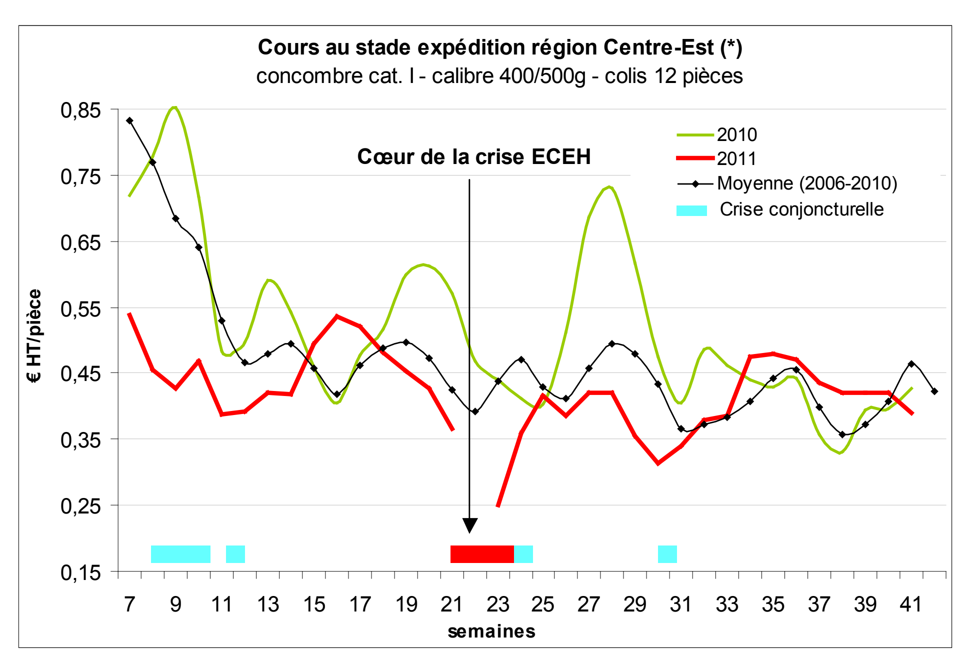
Les premières transactions sont délicates : les prix négociés sont inférieurs aux campagnes précédentes.

■ Crise sanitaire et commerciale sans précédent

A l'apogée de la production française, le concombre espagnol est tenu responsable de la mort de plusieurs européens, principalement allemands, con–taminés par *E.coli entérohémorragique* (ECEH). Le doute s'installe, la consommation faiblit. Rapidement, les ventes sont stoppées et les stocks gonflent dans les stations de conditionnement. Le concombre est innocenté vers la mi-juin.

■ 3 160 tonnes de concombres détruits (source : FAM)

L'Europe débloque une aide exceptionnelle pour compenser la destruction et la non-récolte des produits impactés par ECEH. Une aide de 1,6 million d'euros est accordée à la France pour pallier les pertes subies entre le 26 mai et le 30 juin 2011.



(*) : Centre, Bourgogne, Champagne-Ardennes, Lorraine.

En début de campagne, le concombre subit rapidement deux crises conjoncturelles et affronte ensuite une crise sanitaire sans précédent.


Réseau des centres
des Nouvelles des Marchés
Directions Régionales de l'Alimentation, de
l'Agriculture et de la Forêt

Déroulement de la campagne

Février

Crise conjoncturelle dès le début de la campagne

Comme à chaque campagne, les premiers volumes significatifs des régions Pays de la Loire, Centre et Est arrivent vers la mi-février. La part croissante du coût énergétique dans les charges de production incite cependant de plus en plus les producteurs à retarder les dates des plantations en serres chauffées. La consommation est jugée insuffisante sur toutes les places commerciales nationales et européennes. Des ajustements de prix à la baisse s'imposent. Les cours se placent en dessous des niveaux atteints lors des dernières saisons. Selon les professionnels, ils côtoient les coûts de production. A la demande de l'amont de la filière, la grande distribution référence plus significativement qu'en 2010 l'origine française à la fin du mois, sans pour cela éviter la déclaration de crise conjoncturelle du 18 au 28 février.

Mars

Un produit confronté à la concurrence européenne

La production croît rapidement en raison d'un fort ensoleillement en seconde quinzaine de mars. Les pressions commerciales de l'Espagne et de l'Europe du Nord sont constantes. Grâce aux actions promotionnelles programmées, le référencement de l'origine française est maintenu dans les magasins. Ceci permet d'écouler une partie non négligeable de l'offre. Les prix au stade expédition sont néanmoins instables car certains acteurs commerciaux basculent sur le produit d'importation dont le prix est plus attractif. Dix jours de crise conjoncturelle sont déclarés du 1er au 8 mars puis du 17 au 23 mars.

Avril

La météo estivale stimule la consommation. L'Espagne amorce sa fin de campagne.

Favorisé par la météo estivale, le marché se redresse et les ventes s'améliorent. Après un début de mois hésitant pour les petits calibres, le marché reprend très vite de l'activité grâce au net recul de la production espagnole et à l'absence de pression de la part de l'Europe du Nord. A la veille de Pâques, le marché est fluide et les prix se négocient sur des bases jugées enfin satisfaisantes par la profession.

Mai

Un début de mois pesant

A l'apogée de sa production, le concombre subit le retour de la pression néerlandaise. Les prix sont revus à la baisse, principalement sur les petits calibres dont les sorties des stations ne sont pas rassurantes. Toutefois, les engagements sur le calibre 400-500 g se maintiennent et permettent d'écouler une part importante de l'offre. Après le 15 mai, les arrachages et les replantations s'opèrent sur l'ensemble des zones de production. Les transactions commerciales se durcissent sous la pression constante de l'Europe du Nord (Pays-Bas et Belgique). Les prix sont révisés à la baisse sur tous les calibres afin de retenir la clientèle. L'amont de la filière s'inquiète de l'évolution du marché car il devient difficile d'écouler ses stocks quotidiens.

Le concombre espagnol est montré du doigt.

A la veille du week-end de la fête des Mères, le jeudi 27 mai, l'Europe active son « Rapid Alert System for Food and Feed » et déclare une alerte sanitaire sur les concombres espagnols en réaction à deux décès et à l'émergence d'une centaine de malades au nord de l'Allemagne et dans quelques autres pays européens. Les patients ont en commun un passage en Allemagne du Nord où ils auraient consommé du concombre espagnol susceptible de véhiculer une bactérie *E.coli entérohémorragique* (ECEH) très virulente causant des diarrhées hémorragiques aiguës. Les autorités espagnoles cherchent à localiser l'exploitation contaminée dans l'espoir de découvrir ensuite la cause exacte de l'épidémie.

La consommation s'arrête, le doute s'installe.

Le dossier ECEH est très médiatisé, il figure à la une de toutes les informations nationales et européennes. La filière subit de plein fouet la psychose des consommateurs qui délaissent très rapidement le concombre ainsi que plusieurs autres légumes.

Les ventes sont absentes, les stocks gonflent.

En fin de mois, le marché est bloqué. Les collectivités décommandent, les grossistes ne trouvent plus d'acheteurs et les centrales d'achat réduisent leurs approvisionnements. La sous-consommation du concombre se généralise en Europe. La production ne s'est pour autant pas arrêtée et les stocks ne cessent d'augmenter. Les pertes financières quotidiennes pour la profession sont importantes.

Juin

Disculpé, le concombre reprend sa place sur les étals.

En début de mois, le marché des légumes frais est stoppé. En Allemagne, sans avoir trouvé l'origine de l'épidémie (liée à la bactérie *E.coli entérohémorragique)* qui a causé la mort de plus de 30 personnes et infecté plusieurs centaines de consommateurs, les autorités déconseillent la consommation du concombre, de la tomate et des salades à l'état cru. En conséquence, les Pays-Bas ne peuvent plus commercialiser vers l'Allemagne. Par principe de précaution, la Russie bloque aussi toutes ses importations de légumes frais. L'Espagne ne peut plus exporter.

La France n'échappe pas à la crise.

Les ventes sont réduites à néant et les stocks ne cessent de croître, les stations sont surchargées. Le marché n'a plus de repère. Compte tenu des très faibles volumes commercialisés, les prix expédition ne sont plus représentatifs. Pour le Réseau des Nouvelles des Marchés, il devient impossible d'afficher des cotations significatives. Dans un premier temps, les arrachages des vieilles cultures sont anticipés et les replantations sont mises en attente. La Commission européenne valide une aide globale de 150 millions d'euros (qui sera ensuite majorée à 210 millions d'euros) pour les légumes directement impactés par la crise.

L'ensemble des producteurs (adhérents ou non à une organisation professionnelle) est éligible au financement des retraits ou de la non-récolte. Les professionnels français et européens expriment aux médias leur mécontentement face à l'absence de marché, à la destruction « obligatoire » de la production et aux grandes pertes financières subies par les exploitations.

En France, FranceAgriMer comptabilise la destruction de 3160 t de concombres, 380 t de tomates et 26 t de salades (auxquelles s'ajoutent 50 ha de cultures non récoltées).

Parallèlement, le concombre est mis hors de cause par l'Allemagne qui met sous surveillance les graines germées. Pour relancer la consommation, la profession demande une aide médiatique de l'Etat. Une animation tomate-concombre est organisée sur le «Champ de Mars» à Paris en semaine 24 pour tous les légumes.

En aval de la filière, quelques Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) sensibilisent les consommateurs. L'origine

Déroulement de la campagne (suite)

française, la traçabilité et l'innocuité du concombre sont les principaux arguments utilisés pour rassurer la clientèle. Une enquête réalisée au stade détail par le RNM en semaines 22 et 23 montre que des affichages spécifiques sont parfois utilisés à l'entrée des magasins, au niveau des rayons « fruits et légumes » ou directement sur les étals de concombres. Cette information est occasionnellement complétée au passage en caisse par un deuxième ticket où est inscrit : « Nous vous informons que les concombres vendus dans le magasin sont d'origine France et ne sont donc pas concernés par la bactérie ECEH ».

En seconde quinzaine, la clientèle est de retour sans pour cela retrouver un rythme de consommation normal. Les prix au stade expédition tendent à repartir à la hausse mais la pression de l'Europe du Nord est forte car le marché allemand ne repart pas. La Russie ouvre à nouveau ses frontières mais sous réserve de certificats sanitaires.

Juillet

Le marché perd de son élan et tombe en crise conjoncturelle.

Jusqu'à la mi-juillet, les échanges sont réguliers mais les cours expédition peinent à progresser. En seconde quinzaine, le marché se déséquilibre car les nouvelles cultures arrivent en pleine production et la consommation recule sous l'effet d'une météo anormalement pluvieuse. La concurrence néerlandaise se fait fortement ressentir parce qu'il lui est toujours difficile de réouvrir des lignes commerciales avec l'Allemagne. En France, les stocks augmentent sans trouver de réelles opportunités pour les soulager. Inévitablement, les ventes ne sont plus en phase avec l'offre. Un nouvel état de crise conjoncturelle est annoncé le vendredi 29 juillet. Par arrêté du 19 juillet, les ventes au déballage du concombre et d'autres produits d'été, sont autorisées du 22 au 24 puis du 29 au 31 juillet. Le 28 juillet, la Commission européenne annonce une augmentation de l'aide accordée aux producteurs touchés par la crise *E.coli* (226 209 556 € dont 1 665 415 € pour la France).

Août

Le marché se redresse.

Au début du mois, le concombre sort de crise conjoncturelle. Les prix sont revalorisés car l'offre française fait face à une demande plus soutenue et à des cours européens plus fermes. Les engagements sont toujours d'actualité, ils assurent une grande part des ventes. Par la suite, la production fléchit légèrement. En l'absence de concurrence nordique, le marché s'équilibre.

Septembre

L'Espagne pèse sur les négociations nationales.

En première décade, le marché est pesant. Les transactions commerciales sont moroses pour tous les légumes. Le retour de la concurrence de l'Europe du Nord nécessite de réviser à la baisse les prix au stade expédition. Comme chaque année, l'Espagne propose ses premiers concombres vers la mi-septembre, et laisse l'amont de la filière dans l'expectative. Avec surprise, cette inquiétude s'estompe vite car certains acheteurs nationaux évitent de mettre trop rapidement le concombre ibérique dans les magasins, par crainte d'une sous-consommation induite par la récente crise ECEH. Un certain équilibre de marché s'installe en l'absence de pressions nordique et ibérique. Les GMS référencent plus fortement que d'habitude l'origine nationale. Le retour du temps estival en fin de mois appuie cet élan. Les cours se stabilisent à un niveau supérieur aux deux campagnes antérieures. Dans le même temps, le concombre espagnol s'impose sur l'ensemble des places européennes.

FranceAgriMer traite l'ensemble des dossiers relatifs aux retraits des légumes éligibles à l'aide exceptionnelle européenne.

Octobre

La campagne s'achève en seconde quinzaine.

Dans une configuration de fin de campagne, les ventes demeurent correctes grâce à l'appui de la grande distribution et l'absence de pressions néerlandaise et belge. Le basculement vers l'origine espagnole est constaté sur l'ensemble des places commerciales.

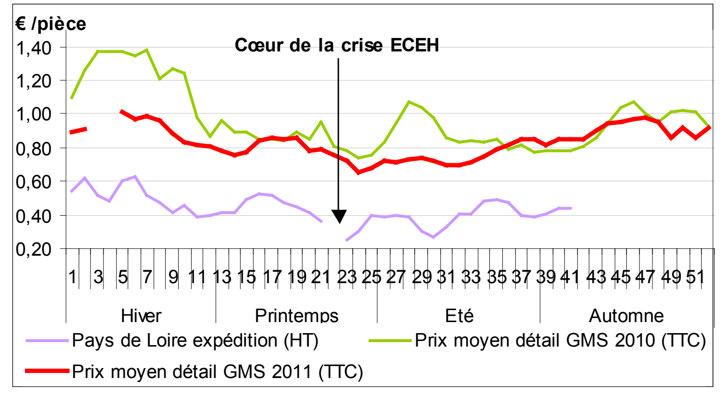
Novembre

Actions promotionnelles

Le 18 novembre, la Commission européenne approuve 14 programmes présentés par 11 états membres pour la promotion des fruits et légumes frais au sein du marché intérieur et dans les pays tiers. Les programmes sélectionnés, d'une durée de 3 ans, sont dotés d'un budget total de 34,1 millions d'euros, dont 17 millions (50 %) sont financés par l'Union Européenne.

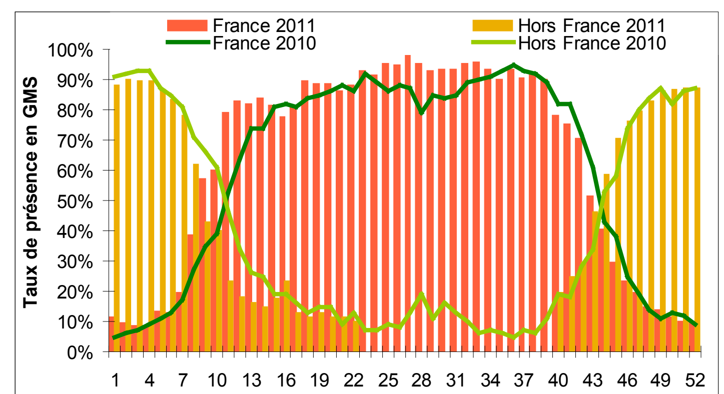
Prix au détail

Cours expédition en Pays de Loire cat. I cal. 400/500g colis de 12 pièces (HT) et prix au stade détail de l'origine France (TTC)



Le concombre est accusé à tort du décès de 50 personnes et de la contamination de 4000 consommateurs. Le marché français s'écroule alors que la production est à son apogée.

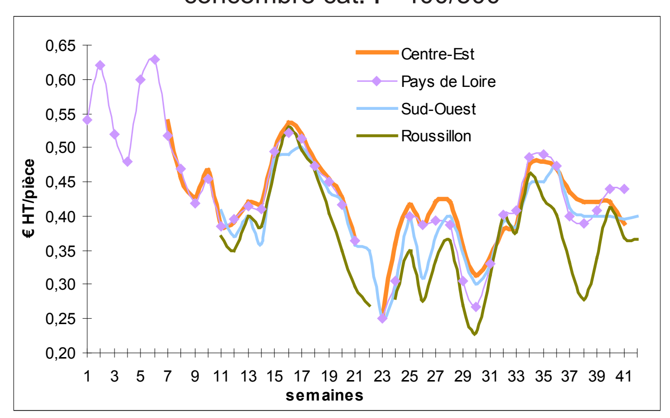
Evolution du référencement en GMS en fonction de l'origine



La grande distribution est fortement sollicitée par la filière amont à référencer significativement l'origine française dès le début de la campagne et après la crise E.Coli.

Chiffres indispensables

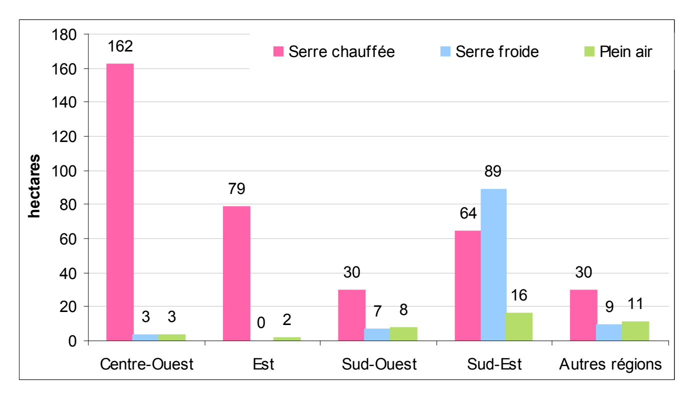
Cours expédition dans les principales régions
concombre cat. I - 400/500



Après la crise (semaines 22 et 23), le marché peine à s'uniformiser pour chacune des régions.

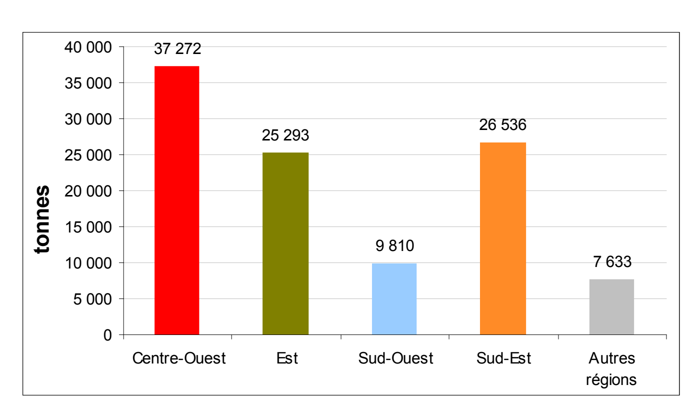
sem	Centre-Est	Pays de Loire	Roussillon	Sud-Ouest	Moy
1		0,54			
2		0,62			
3		0,52			
4		0,48			
5		0,60			
6		0,63			
7	0,54	0,52			**0,53**
8	0,46	0,47			**0,46**
9	0,43	0,42			**0,42**
10	0,47	0,45			**0,46**
11	0,39	0,39	0,37	0,41	**0,39**
12	0,39	0,40	0,35	0,37	**0,38**
13	0,42	0,41	0,40	0,40	**0,41**
14	0,42	0,41	0,38	0,36	**0,39**
15	0,49	0,49	0,47	0,48	**0,48**
16	0,54	0,52	0,53	0,49	**0,52**
17	0,52	0,51	0,50	0,50	**0,51**
18	0,48	0,47	0,47	0,47	**0,47**
19	0,45	0,45	0,40	0,44	**0,44**
20	0,43	0,42	0,35	0,42	**0,40**
21	0,37	0,36	0,30	0,36	**0,35**
22			0,27	0,35	**0,31**
23	0,25	0,25		0,25	**0,25**
24	0,36	0,31	0,28	0,30	**0,31**
25	0,42	0,40	0,35	0,40	**0,39**
26	0,39	0,39	0,28	0,31	**0,34**
27	0,42	0,39	0,33	0,37	**0,38**
28	0,42	0,39	0,37	0,40	**0,39**
29	0,36	0,31	0,27	0,35	**0,32**
30	0,31	0,27	0,23	0,30	**0,28**
31	0,34	0,33	0,31	0,33	**0,33**
32	0,38	0,40	0,40	0,39	**0,39**
33	0,39	0,41	0,38	0,39	**0,39**
34	0,48	0,49	0,46	0,45	**0,47**
35	0,48	0,49	0,43	0,45	**0,46**
36	0,47	0,47	0,40	0,47	**0,46**
37	0,44	0,40	0,33	0,41	**0,40**
38	0,42	0,39	0,28	0,40	**0,37**
39	0,42	0,41	0,34	0,40	**0,39**
40	0,42	0,44	0,41	0,40	**0,42**
41	0,39	0,44	0,37	0,40	**0,40**
42			0,37	0,40	**0,38**

Surfaces de prodution par mode de culture et par région
Source : Agreste 2011



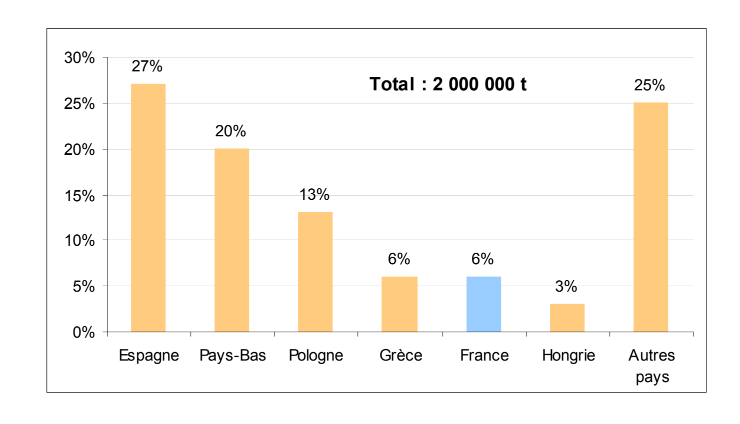
Une légère baisse de surfaces en serres chauffées au profit des serres froides

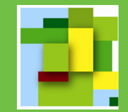
Volume de culture par région
Source : Agreste 2011



Une baisse de production principalement due aux destructions liées à la crise sanitaire d'E.Coli

Représentativité des principaux pays producteurs européens en 2008
Source : Eurostats et estimations SSP





FranceAgriMer
Direction Marchés, études et prospective
L'Arborial - bâtiment A - 3ème étage
12 rue Rol Tanguy
93555 MONTREUIL SOUS BOIS CEDEX
Tél : 01.49.55.59.14 - Fax : 01.49.55.48.64

pour en savoir plus sur le concombre :

Responsable de la publication : le Directeur général
Composition : SNM Bordeaux
Date de parution : janvier 2012

Rédacteur : André KETERS
centre d'Angers : 02.41.72.32.54
centre de Nantes : 02.40.12.36.38
centre de Perpignan : 04.68.56.50.60
centre d'Agen : 05.53.77.29.30

notre site : www.snm.franceagrimer.fr